

Спільна ініціатива з моніторингу ринку (СІМР)

Січень 2023 року
Україна

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

- Товари першої необхідності**, такі як продукти харчування та засоби гігієни, залишаються широкодоступними. Наявність ліків досягла 88% загалом по країні, порівняно із 76% у грудні. Наявність теплої одягу також дещо зросла порівняно з попереднім місяцем і склала 89%.
- Медіанна ціна повного кошика СІМР** продовжувала зростати в макрорегіонах, а найбільше - на Півдні та Сході (на 9% та 4% відповідно). Найдорожчий набір продуктів у кошику СІМР зафіксовано на Півночі, де він становив 1270 грн.
- Цінова доступність** залишається ключовою проблемою: на думку 25% підприємств роздрібною торгівлі, вона буде актуальною протягом найближчих місяців. Крім того, 44% покупців зазначили, що підвищення цін є їхньою основною фінансовою перешкодою в доступі до товарів.
- Найбільші **труднощі**, пов'язані із забезпеченням роботи ринків, виявлені на Сході: 74% підприємств роздрібною торгівлі повідомляють про проблеми із забезпеченням роботи своїх магазинів, 79% споживачів вказують на перешкоди у фізичному доступі до магазинів, а 65% - на відсутність доступу до повноцінно працюючих банкоматів.

КОНТЕКСТ І ОБҐРУНТУВАННЯ

Повномасштабна війна в Україні призвела до масового переміщення населення та гуманітарної кризи. З огляду на важливу роль багатоцільової грошової допомоги, моніторинг ринку є надзвичайно важливим для забезпечення ефективної і сталої гуманітарної допомоги та недопущення її негативного впливу на місцеві ринки. У зв'язку з розширенням територій, непідконтрольних Уряду України, дані про стан ринку на територіях, що постраждали внаслідок бойових дій, є обмеженими та неповними. Метою Спільної ініціативи з моніторингу ринку є заповнити цей брак інформації шляхом надання необхідних оперативних даних про цінові тенденції та показники функціональності ринку.

ОГЛЯД ДОСЛІДЖЕННЯ

- Щомісячне відстеження цін та наявності основних товарів на місцевих ринках України
- Оцінка впливу поточної гуманітарної кризи на місцеві ринки країни
- Допомога гуманітарним організаціям краще зрозуміти стан на ринку в Україні

МЕТОДОЛОГІЯ:

Щомісяця проводиться оцінка торговельних майданчиків по всій території України. У кожному місці збору даних польові команди реєструють ціни та інші ринкові показники шляхом опитування підприємств роздрібною торгівлі та споживачів, що відображають щомісячні зміни на місцевих ринках

1068 ГРН

Вартість кошика СІМР

26.43 USD (▼ 1%) 25.00 EUR (▼ 1%)

Медіанні значення повних кошиків СІМР у січні 2023 року

Північ	1270	▲ 2%
Південь	1204	▲ 9%
Загалом	1068	▲ 1%
Захід	1057	▲ 1%
Київ	1045	▼ 3%
Схід	1044	▲ 4%
Центр	1015	▼ 0%

СІМР у січні 2023 року:

- 12 партнерів-учасників
- 1513 проведених інтерв'ю
- 750 опитаних підприємств роздрібною торгівлі
- 763 опитані покупці (37% чоловіків та 63% жінок)
- 23 досліджені області
- 145 досліджених громад

НАЯВНІСТЬ ТОВАРІВ

Незважаючи на те, що в січні 2023 року рівень наявності **продуктів харчування** в цілому в країні сягнув 99%, а **засобів гігієни** - 98% (графік 1 та графік 2), 6% покупців на Півдні України та 1% на Заході повідомили про обмежений доступ до продовольчих товарів. Також 9% покупців на Півдні та 1% на Заході мали обмежений доступ до засобів гігієни.

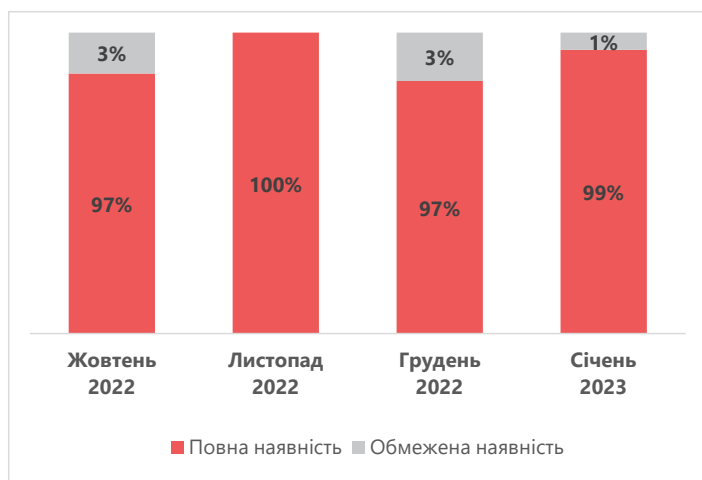
Частка респондентів, які повідомили про наявність **теплого одягу** в

січні 2023 року, наблизилася до рівня листопада 2022 року після падіння в грудні 2022 року* (графік 4). Для 4% респондентів на Сході, 1% респондентів на Півдні та 1% респондентів на Заході теплий одяг був недоступним. Водночас у січні 2023 року про повну наявність теплового одягу повідомили 89% респондентів, порівняно з 84% у грудні 2022 року.

** Погіршення ситуації з наявністю товарів у грудні пов'язане з початком збору даних СІМР на нещодавно звільненій території південної України в Херсонській області*

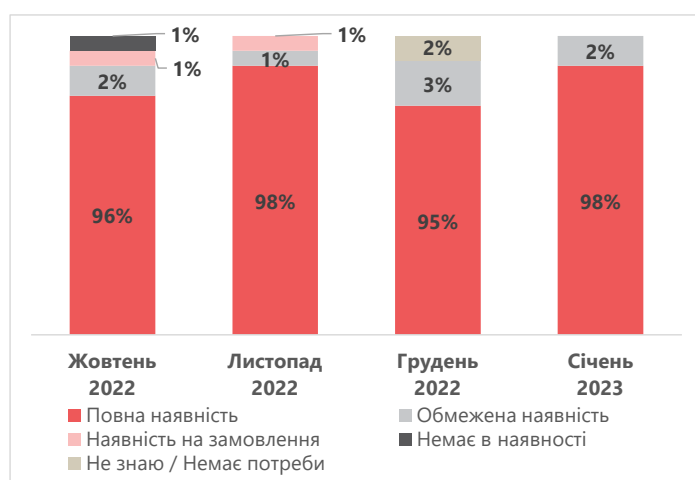
У січні 2023 року **безрецептурні ліки** стали більш доступнішими для покупців порівняно з попередніми місяцями. Так, якщо в грудні 2022 року лише 76% респондентів по всій території країни мали повний доступ до ліків, то в січні 2023 року цей показник сягнув 88% (графік 3). Водночас, 13% респондентів на Півдні повідомили про обмежений доступ до ліків, тоді як на Сході, у Центрі та на Заході цей відсоток був значно меншим – 2%, 1% і 1% відповідно.

Графік 1: % покупців, які повідомили про наявність продуктів харчування, загалом по країні



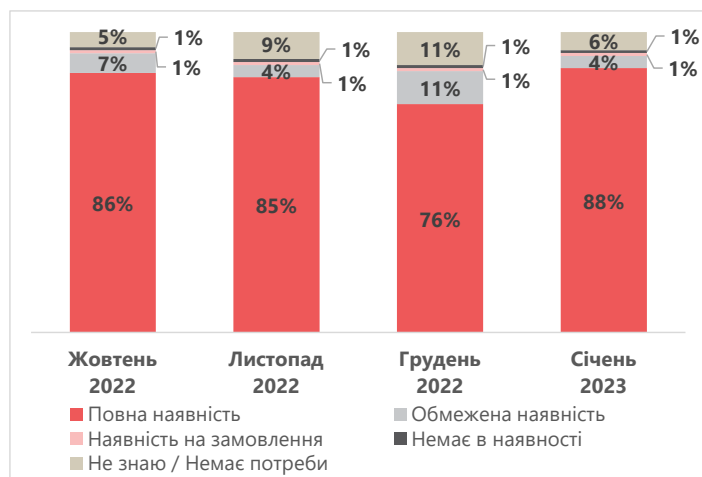
Джерело: СІМР

Графік 2: % покупців, які повідомили про наявність засобів гігієни, загалом по країні



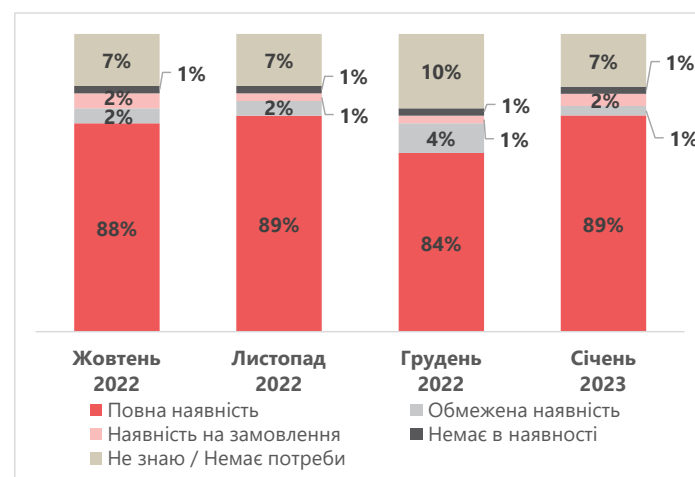
Джерело: СІМР

Графік 3: % покупців, які повідомили про наявність ліків, загалом по країні



Джерело: СІМР

Графік 4: % покупців, які повідомили про наявність теплового одягу, загалом по країні



Джерело: СІМР

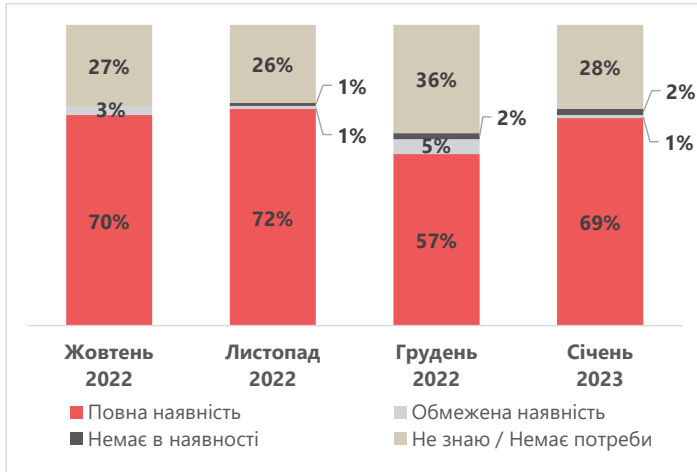
ДОСТУПНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА РИНКОВІ ЦІНИ

Наявність

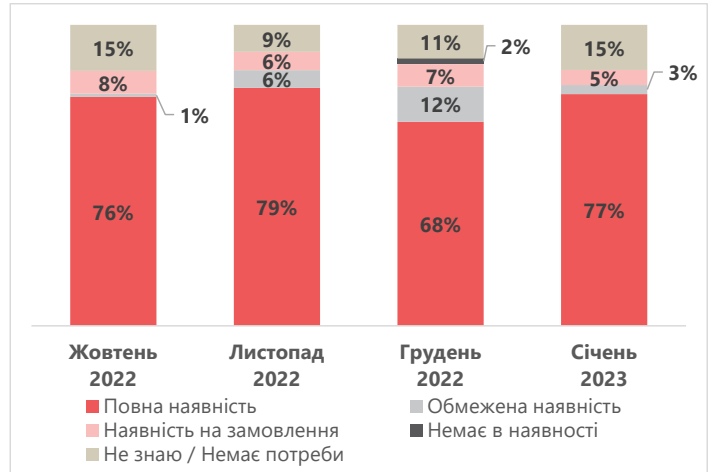
Кожен другий опитаний покупець

регулярно купував **автомобільне паливо** для домашніх або службових потреб. Це був переважно бензин, дизельне паливо та природний газ. Лише незначна частка покупців зазначила, що користуються електромобілями. Для більшості покупців (69%) у січні 2023 року

автомобільне паливо було повністю доступним (графік 5), що більше за відповідний показник у грудні 2022 року (57%). Однак, 4% споживачів у Центрі, 4% на Сході та 1% на Заході повідомили про відсутність необхідного їм автомобільного пального.

Графік 5: % покупців, які повідомили про наявність автомобільного палива, загалом по країні

Джерело: CIMP

Графік 6: % покупців, які повідомили про наявність палива для опалення, загалом по країні

Джерело: CIMP

У січні 2023 року 80% опитаних покупців повідомили, що регулярно купують **паливо для опалення** для побутових або комерційних потреб. В основному вони використовували природний газ (49%), електроенергію (16%) або дрова (14%). Лише невелика частина опитаних купувала вугілля або паливні пелети.

Кількість покупців, які зазначили, що паливо для опалення наявне в достатній кількості, збільшилася із 68% у грудні 2022 року до 77% у січні 2023 року (графік 6). Однак перебої в постачанні електроенергії продовжували впливати на доступність електроенергії, що використовується для опалення житлових будинків.

Ринкові ціни

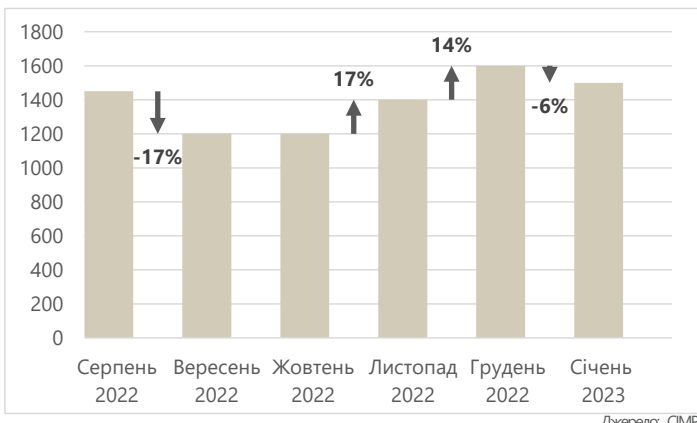
У січні 2023 року ціни на всі види **автомобільного пального** на споживчому ринку дещо знизилися. Середня споживча ціна на газ скраплений для автомобілів зменшилася на 4%, показавши найшвидше зниження серед усіх видів пального. При цьому середні споживчі ціни на бензин А-95, бензин А-92 та дизельне паливо зменшилися на 2% (графік 8).

Слід зазначити, що рівень цін на паливо був значно вище, ніж до початку повномасштабної війни, що розпочалася в лютому 2022 року. Згідно з проведеним опитуванням, розрахункова ціна на бензин та дизельне паливо, придбане через неофіційні джерела, дорівнювала розрахунковій ціні на ці види пального, придбані в офіційних мережах.

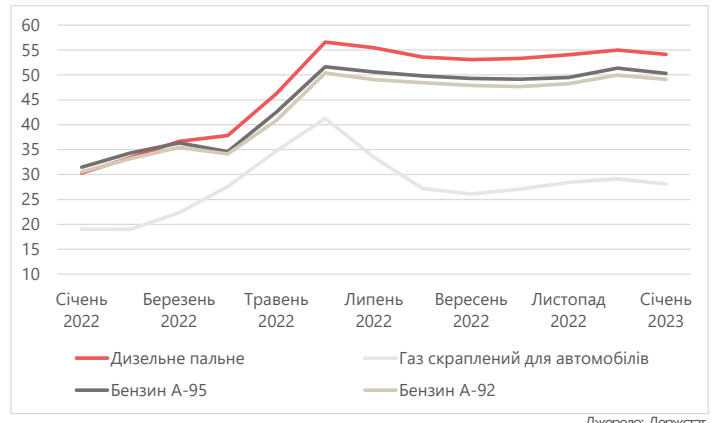
Мораторій на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги дозволив стримати зростання цін на **паливо для опалення** житла, зокрема, на природний газ та електроенергію¹.

Так, природний газ у всіх регіонах України був доступний для населення за ціною 8 грн за кубометр. З іншого боку, ціна на електроенергію коливалася по всій країні від 1,44 грн до 1,68 грн/ кВт-год залежно від обсягів споживання. У січні споживачі Центру та на Півдні використовували вугілля для опалення за ціною від 7 до 10 тис. грн за тону.

У січні 2023 року ціна на дрова, після поступового зростання протягом попередніх місяців, знизилася до 1500 грн за кубометр. Цей показник на 6% менше, ніж у грудні 2022 року (графік 7).

Графік 7: Орієнтовна ціна на дрова, загалом по країні, грн за кубометр

Джерело: CIMP

Графік 8: Середня споживча ціна на автомобільне паливо, загалом по країні, грн за літр

Джерело: Держстат

КОШИК СІМР

Медіанне значення вартості повного кошика СІМР

Кошик СІМР - це підгрупа мінімального споживчого кошика (МСК) із 335 позицій, розробленою Державною службою статистики України (Держстат), до якого входять основні продовольчі товари та засоби гігієни, які середньостатистичне домогосподарство купує на регулярній основі. Вміст кошика СІМР було визначено під час консультацій із Робочою групою з питань грошової допомоги в Україні. Динаміка вартості споживчого кошика відображає рівень інфляції споживчих цін.

У січні 2023 року загальна вартість кошика СІМР зросла на 1%. Найбільше збільшення відбулося на Півдні України (9%) та Сході (4%). Водночас у Києві вартість споживчого кошика СІМР знизилася на 3% порівняно з попереднім місяцем. Більш дорогими залишаються СІМР товари в

північному (1270 грн) та південному (1204 грн) регіонах, тоді як у центрі країни спостерігаються найнижчі ціни (1015 грн).

Ціни

У січні вартість **продуктової корзини** зросла в усіх регіонах, крім східного. Найдорожчою була продуктова корзина на Півдні (620 грн) та Півночі (602 грн), найдешевша - на Сході (559 грн).

Найбільше в продуктовому кошику СІМР загалом по країні подорожчали курятина (стега охолоджені), морква, хліб та яйця (на 11%, 8%, 7% та 6% відповідно).

Для споживачів Заходу, Півдня та Сходу питна вода була доступна за більш високою ціною, ніж у попередньому місяці (на 16%, 14% та 11%, відповідно, дорожче). Водночас надзвичайно висока ціна на гречку почала поступово знижуватися в усіх регіонах (у середньому на 9%).

Ціни на товари, що входять до **непродовольчого кошика** СІМР, як і в попередніх місяцях, відрізнялися відносною неоднорідністю в

ВМІСТ КОШИКА СІМР

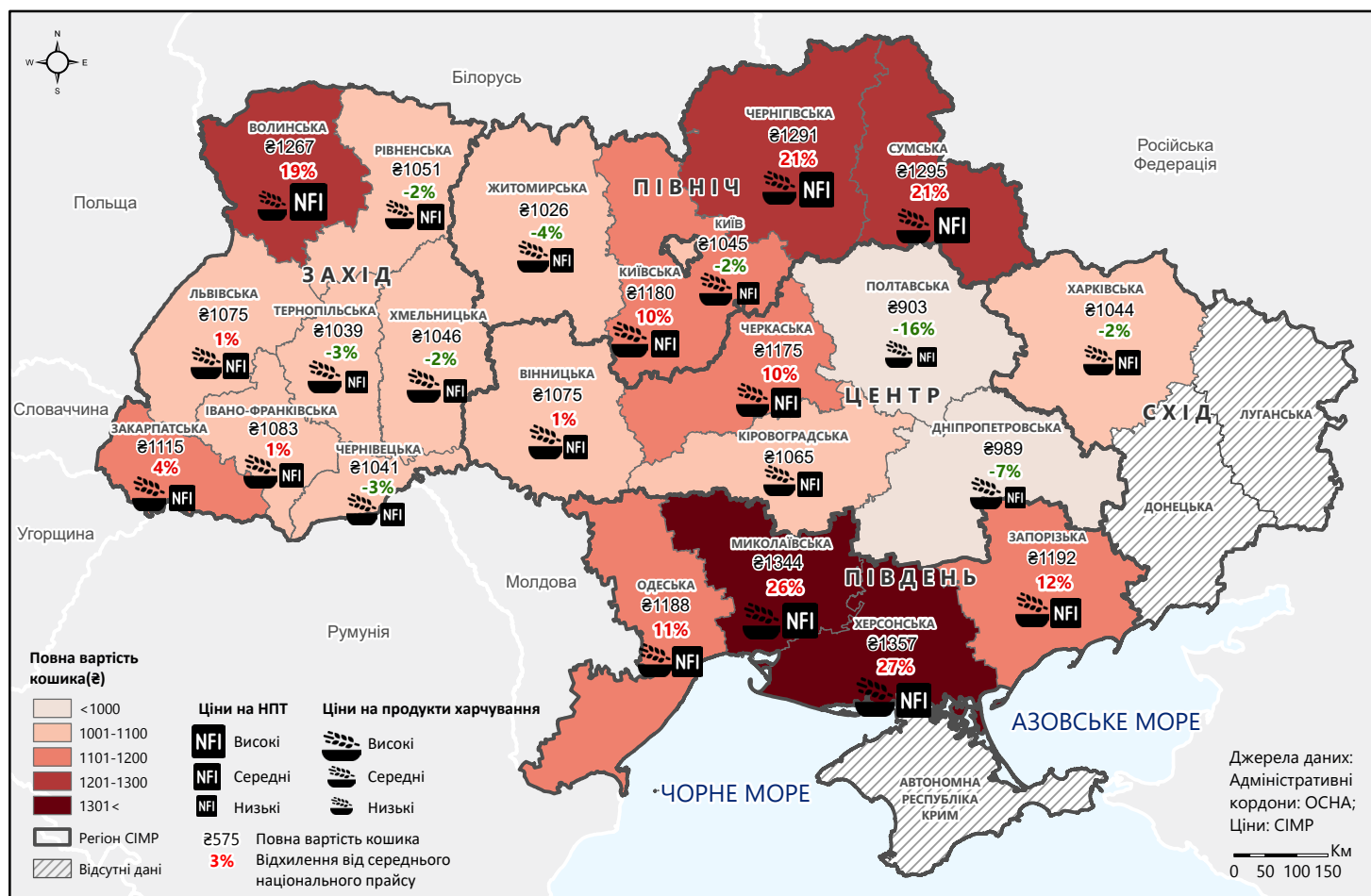
Продовольчі товари

Хліб	500 г
Крупа гречана	1 кг
Капуста	1 кг
Морква	1 кг
Курятина (стега)	1 кг
Каші для першого прикорму	200 г
Питна вода	1 пляшка (1,5 л)
Яйця (куряті)	10 шт
Молоко (2,5%)	900 мл
Олія (соняшникова)	900 мл
Цибуля	1 кг
Картопля	1 кг
Рис (круглий)	1 кг
Борошно пшеничне (біле)	1 кг

Непродовольчі товари (НПТ)

Туалетне мило	1 брусок (75 г)
Підгузки	1 пачка (40-60 шт)
Гігієнічні прокладки	1 упаковка (10 шт)
Господарче мило	1 брусок (200 г)
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)
Пральний порошок (автомат)	1 пачка (400 г)

Карта 1: Медіанні значення цін на продовольчі та непродовольчі товари в січні 2023 року за областями



Таблиця 1: Медіанні ціни на продовольчі товари в січні 2023 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка
Хліб	500 г	20	9%	17	-2%	19	1%	20	9%	24	17%	15	0%	20	7%
Крупа гречана	1 кг	66	-4%	67	-5%	75	-12%	70	-7%	69	-8%	65	-12%	68	-9%
Капуста	1 кг	12	0%	15	0%	16	-6%	13	-13%	13	-13%	15	-6%	14	-8%
Морква	1 кг	25	0%	27	2%	28	17%	27	4%	26	16%	27	8%	27	8%
Курятина (стегна)	1 кг	95	14%	95	9%	95	9%	100	18%	107	1%	78	3%	95	11%
Каші для першого прикорму	200 г	81	9%	73	6%	72	-4%	70	0%	72	2%	72	7%	72	3%
Яйця (курячі)	10 шт	65	3%	65	8%	68	4%	64	3%	60	1%	61	2%	65	6%
Молоко (2,5%, свіже)	900 мл	31	3%	32	0%	35	3%	33	0%	32	7%	29	-7%	32	2%
Олія (соняшникова)	900 мл	60	3%	61	-1%	67	3%	65	3%	63	5%	62	2%	63	2%
Цибуля	1 кг	34	6%	34	0%	35	19%	35	6%	32	-3%	35	0%	34	4%
Картопля	1 кг	9	6%	11	4%	12	0%	8	-4%	10	-1%	10	-4%	10	-3%
Рис (круглий)	1 кг	61	-5%	61	-5%	62	0%	61	-1%	62	1%	57	-3%	61	-1%
Питна вода	1,5 л	14	16%	14	-4%	15	14%	16	-2%	13	-14%	16	11%	14	3%
Борошно пшеничне (біле)	1 кг	20	5%	18	-4%	20	-13%	19	-2%	19	-4%	18	6%	19	-1%
Загалом		593	4%	588	1%	620	1%	602	2%	602	1%	559	0%	593	2%

Джерело: CIMR

Table 2: Медіанні ціни на непродовольчі товари (засоби гігієни) у січні 2023 року за регіонами, грн

Найменування	Одиниця	Захід		Центр		Південь		Північ		Київ		Схід		Загалом	
		Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка	Медіанна ціна	Щомісячна динаміка
Туалетне мило	1 брусок (75 г)	14	5%	11	-3%	14	-7%	15	0%	12	-3%	12	2%	13	1%
Підгузки дитячі (5-9 кг)	1 пачка (40-60 шт)	313	-7%	283	-2%	425	27%	500	2%	299	-8%	329	11%	321	-3%
Гігієнічні прокладки	1 пачка (10 шт)	38	8%	35	-2%	38	-5%	38	0%	33	-7%	40	1%	38	3%
Господарське мило	1 брусок (200 г)	18	0%	19	-3%	22	-11%	22	10%	22	5%	19	2%	21	4%
Зубна паста	1 тюбик (75 мл)	35	3%	34	-9%	38	12%	48	0%	37	-1%	39	3%	37	0%
Пральний порошок	1 пачка (400 г)	46	2%	45	-1%	47	8%	45	3%	40	-9%	45	1%	45	2%
Загалом		464	-4%	427	-3%	585	19%	668	2%	443	-7%	484	8%	475	-1%

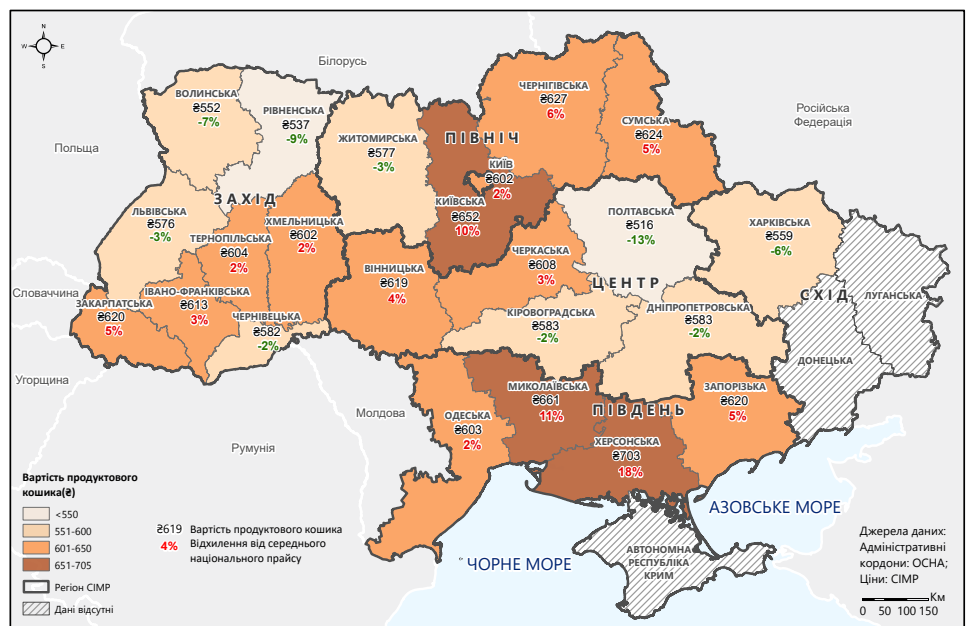
Джерело: CIMR

Карта 2: Медіанні значення вартості продовольчих товарів у січні 2023 року за областями

регіональному розрізі. Особливо це стосувалося підгузків, ціна на які коливалася від 283 грн в центральній частині країни до 500 грн у північній.

У січні вартість непродовольчого кошика становила 475 грн в середньому по Україні, що на 1% менше, ніж у грудні. Вартість кошика найсуттєвіше зменшилася в Києві (на 7%), а на Півдні, навпаки, різко зросла (на 19%). Найдорожчий кошик зафіксований на Півночі (668 грн), а найдешевший (427 грн) - у Центрі.

Більше того, на Сході спостерігалася зростання цін на всі непродовольчі товари, а в Центрі - навпаки, їхнє зниження.



ДОСТУП ДО МАГАЗИНІВ

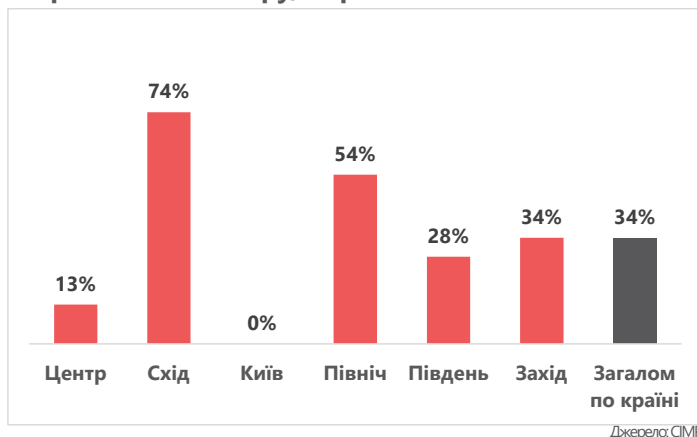
У січні 2023 року 26% покупців указали, що повномасштабна війна, що почалася в лютому 2022 року, негативно вплинула на можливість **фізичного доступу** до магазинів і ринків (графік 9). Найбільший відсоток був зафіксований на Сході, де 79% споживачів (більше ніж удвічі вище, ніж у середньому по країні) повідомили про труднощі з доступом до магазинів. Серед основних причин були: відсутність транспорту (30%), активні бойові дії або обстріли в місцевості (21%) та обмеження на пересування, пов'язані з воєнним станом (20%). Окрім того, покупці відзначали, що повітряні атаки та тривалі відключення електроенергії впливали на доступ до магазинів і ринків, якими вони регулярно користувалися.

Також негативний вплив на доступ споживачів до магазинів і ринків

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

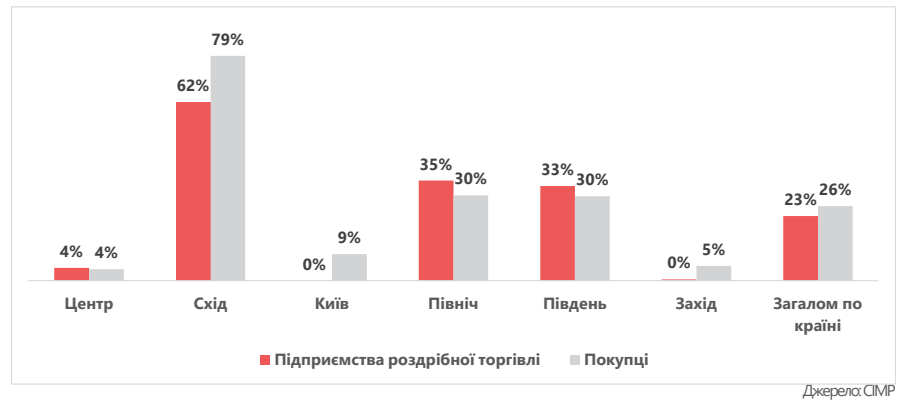
Загалом 34% опитаних підприємств роздрібною торгівлі вказали на **труднощі в підтриманні роботи магазинів та забезпечення асортиментом**. Найвищий їх відсоток був на Сході та Півночі (74% та 54%, відповідно). На Заході та Півдні з такими проблемами стикалися 28% та 34% підприємств відповідно (графік 10). Основною причиною труднощів було підвищення цін постачальниками, про що повідомили 17% опитаних, у тому числі 38% на Півночі і 27% на Сході (графік 12). Крім того, 27% підприємств на Сході стикалися

Графік 10: % підприємств роздрібною торгівлі, які повідомляли про труднощі в підтримці функціонування та забезпеченості магазину асортиментом товару, за регіонами



Джерело: CIMP

Графік 9: % покупців та підприємств роздрібною торгівлі, які повідомили про вплив повномасштабної війни на можливість доступу до магазинів, за регіонами



Джерело: CIMP

по всій країні (74%) мали чинники **фінансового характеру**, зокрема, зростання цін (44%) та нестача коштів на придбання товарів (11%). Відсоток таких респондентів був значно вищим на Півночі (98%) та Сході (90%), де про фінансові труднощі повідомила переважна більшість споживачів. 48% респондентів на Півночі та 51% на Сході вказали на зростання цін як

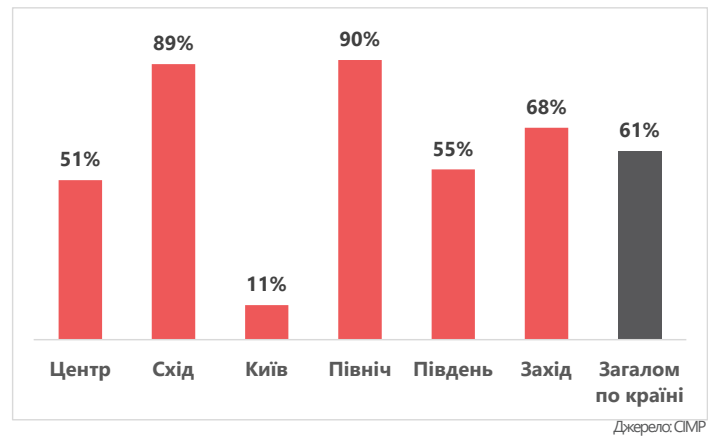
на основний стримувальний фактор. Крім того, 20% респондентів, опитаних на Півночі та 17%, опитаних на Сході, зазначили, що вони не можуть дозволити собі певні товари. Отже, проблема цінової доступності залишається дуже серйозною, особливо на Півночі та Сході, де вона є суттєвою перешкодою в доступі до ринків.

з труднощами, пов'язаними з обмеженням пересування, 14% - з небезпечними умовами. Також підприємства часто повідомляли про проблеми зі зберіганням продуктів через часті й тривалі перебої в електропостачанні. Установка та обслуговування генераторів для забезпечення роботи магазинів, у свою чергу, призвела до підвищення цін на товари та послуги.

Дві третини опитаних підприємств **очікують нових труднощів** у найближчому майбутньому (графік 11), серед яких - зростання цін (25%) та зниження купівельної спроможності покупців (22%).

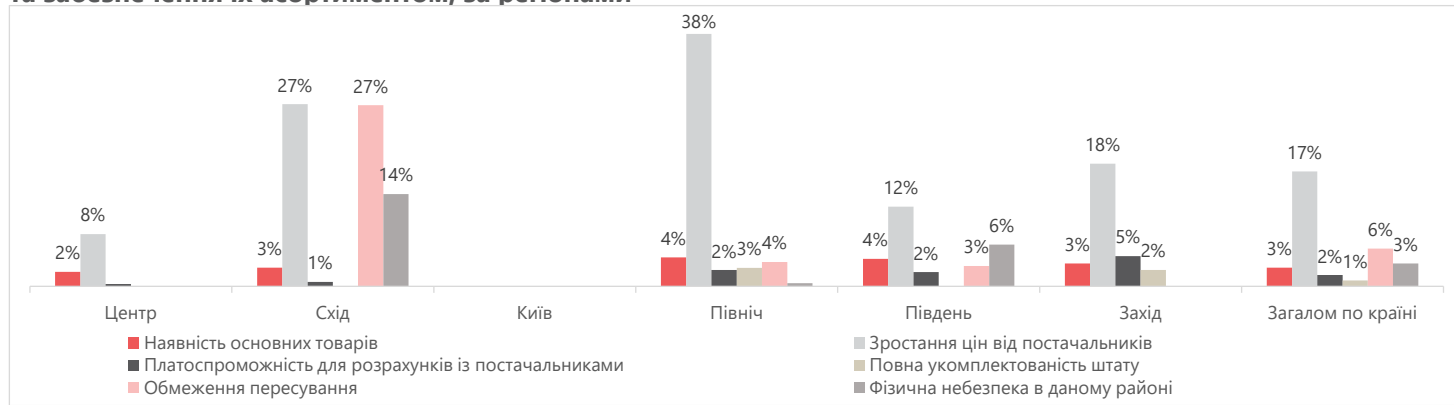
Відсоток підприємств роздрібною торгівлі, які прогнозують нові виклики, був значно вищим на Півночі (90%) та Сході (89%). На Півночі 40% опитаних вказали на зростання цін і 34% - на зниження купівельної спроможності як на основні виклики. На Сході, окрім зростання цін (30%) та зниження купівельної спроможності (26%), було названо зниження можливості споживачів пересуватися у зв'язку з воєнним станом (27%). На Заході відсоток респондентів, які прогнозують нові виклики, нижчий, ніж у середньому по країні, однак 36% із них передбачають зростання цін.

Графік 11: % підприємств роздрібною торгівлі, які прогнозують нові виклики у зв'язку з війною, за регіонами



Джерело: CIMP

Графік 12: % підприємств роздрібно́ї торгівлі які повідомили про труднощі з підтриманням роботи магазинів та забезпечення їх асортиментом, за регіонами



Джерело: CIMPI

ПОСТАЧАННЯ

У середньому в Україні, 36% усіх опитаних підприємств роздрібно́ї торгівлі країни залежали від **одного постачальника** продуктів харчування, а 45% підприємств - від одного постачальника засобів гігієни (графік 13 і графік 14). Це

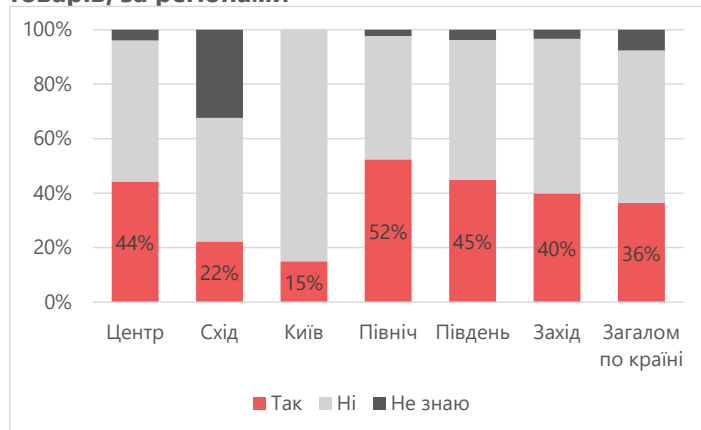
свідчить про потенційну вразливість магазинів у підтримці належного асортименту товарів.

Найбільші ризики відчувають підприємства Північного регіону, де кожен другий респондент повідомив про закупівлю продовольчих товарів в одного

постачальника, а дві треті - про закупівлю непродовольчих товарів в одного постачальника.

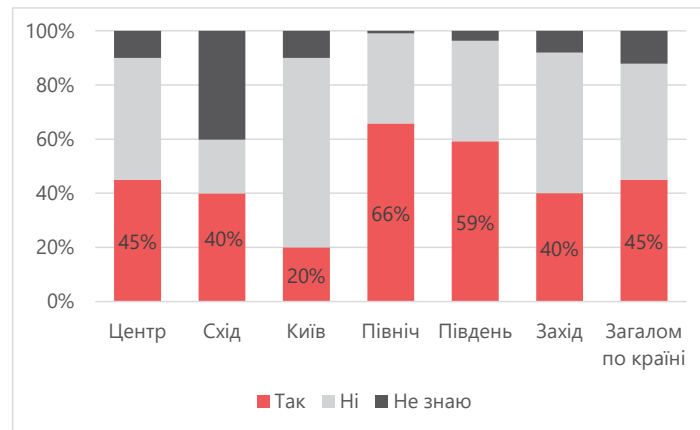
З іншого боку, на Півдні частка респондентів, які закуповують продукти харчування та засоби гігієни в одного постачальника становила 45% та 59% відповідно.

Графік 13: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили в січні 2023 року, що залежать переважно від одного постачальника продовольчих товарів, за регіонами



Джерело: CIMPI

Графік 14: % підприємств роздрібно́ї торгівлі, які повідомили, що залежать переважно від одного постачальника засобів гігієни, за регіонами



Джерело: CIMPI

ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

Авіаудари по цивільній інфраструктурі та пов'язані із цим перебої в електропостачанні обмежили час роботи банків та відділень Укрпошти по всій країні та вплинули на роботу банкоматів. Однак на Півдні та Сході доступ до постачальників фінансових послуг був більш обмеженим, ніж в інших регіонах. Зокрема, про обмежену або повну відсутність доступу до **банківських відділень** на Півдні повідомили 23% респондентів, на Сході - 13%, тоді як в середньому по країні цей показник становив 9%. Для 40% опитаних споживачів у Херсонській, 20% у Миколаївській та

Запорізькій областях та 17% в Івано-Франківській області відділення банків та пересувних відділення були недоступні.

Про обмежену або повну відсутність доступу до **банкоматів** на Сході повідомили 65% респондентів, на Півдні - 25%, при цьому середній показник по країні становив 22%. Зокрема, 50% опитаних покупців у Запорізькій та 40% у Чернігівській областях повідомили про відсутність банкоматів. За словами 48% респондентів у Херсонській області та 22% респондентів у Миколаївській області, банкомати в їхніх громадах не працювали. У Харківській області через війну неможливо було забезпечити звичний режим

роботи банкоматів для 22% клієнтів. Серед інших проблем були перебої в електропостачанні та брак готівкових коштів.

Загалом по Україні 80% опитаних покупців повідомили, що відділення **Укрпошти** працюють щодня і регулярно надають усі звичні для них фінансові послуги. Для 2% респондентів у їхніх громадах доступні лише пересувні поштові відділення.

Основними **способами оплати**, які приймали підприємства роздрібно́ї торгівлі в січні, були готівкові кошти (39%), кредитні картки (26%), дебетові картки (19%) та мобільні додатки (15%).

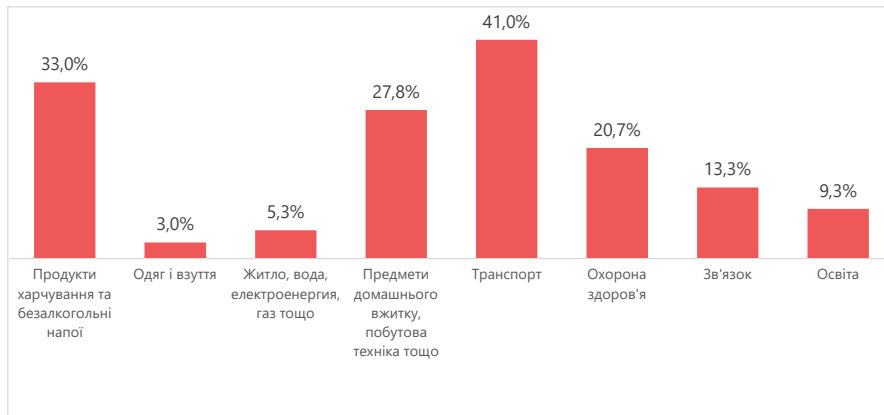
МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ

Динаміка цін на споживчому ринку характеризувалася високим рівнем інфляції: у січні 2023 року ціни були на 26% вищими, ніж у січні 2022 року². За рік найбільше зросли ціни на транспорт, продукти харчування та безалкогольні напої, а також на побутову техніку (на 41.0%, 33.0% та 27.8% відповідно), як показано на графіку 16.

Зростання цін на транспорті було зумовлене суттєвим подорожчанням палива та мастил (на 61,8%), що, у свою чергу, призвело до підвищення цін на пасажирські автоперевезення (на 30,2%). Серед продуктів харчування найбільше подорожчали фрукти, яйця та риба (на 77,0%, 73,3% та 45,5% відповідно), як зображено на графіку 18.

Коригування офіційного обмінного курсу гривні в липні 2022 року призвело до зростання цін у

Графік 16: Зміни цін на окремі групи товарів та послуг у січні 2023 року, % до січня 2022 року



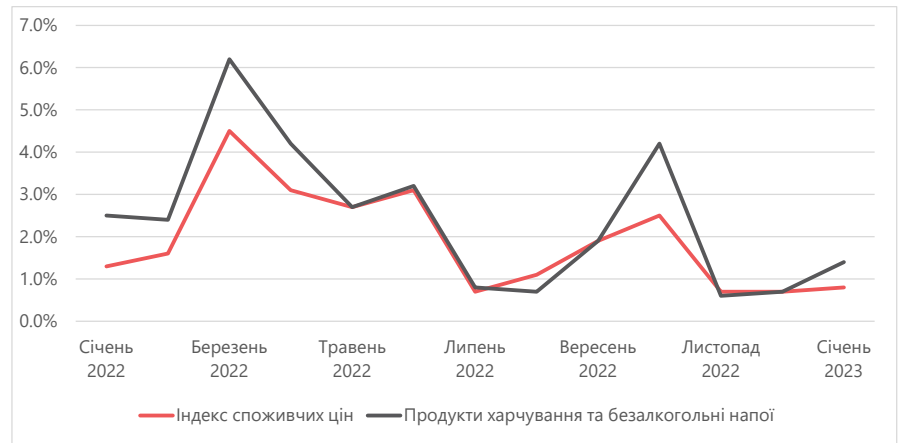
Джерело: Держстат

Графік 18: Зміни цін на окремі продукти харчування в січні 2023 року, % до січня 2022 року



Джерело: Держстат

Графік 15: Зміни цін, % до попереднього місяця



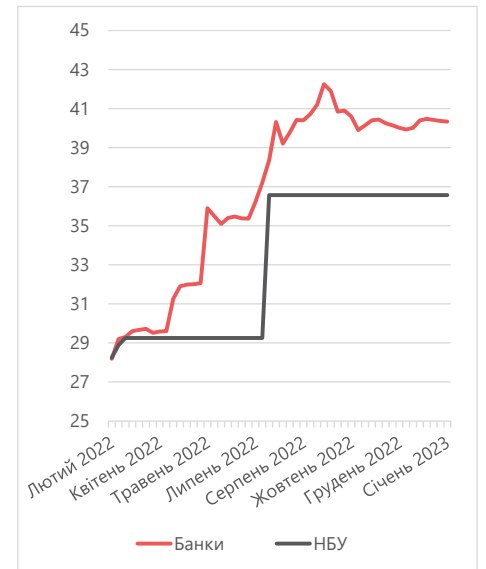
Джерело: Держстат

товарних групах з високою часткою імпорту, зокрема на побутову техніку.

У галузі охорони здоров'я ціни за рік зросли на 20,7%. Фармацевтична продукція, медичні товари та обладнання зросли в ціні на 22,3%, а амбулаторні послуги - на 18,4%. В освітній галузі найбільше підвищилася вартість дошкільної та початкової освіти (на 21,1%).

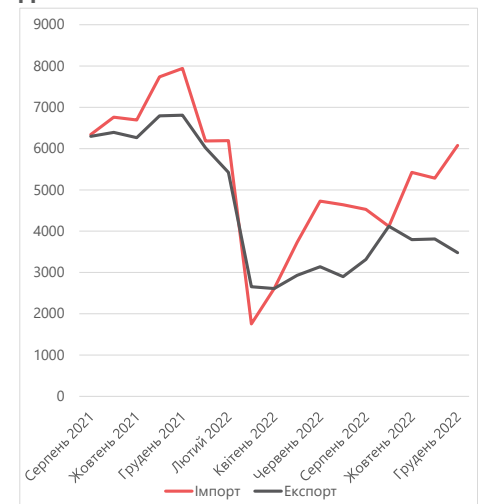
Мораторій на підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги для населення утримував їх на рівні, значно нижчому за ринковий, тим самим суттєво стримавши зростання індексу споживчих цін¹.

Графік 17: Середньоринковий обмінний курс долара США



Джерело: Мінін

Графік 19: Динаміка вартості експорту та імпорту України, млн дол. США



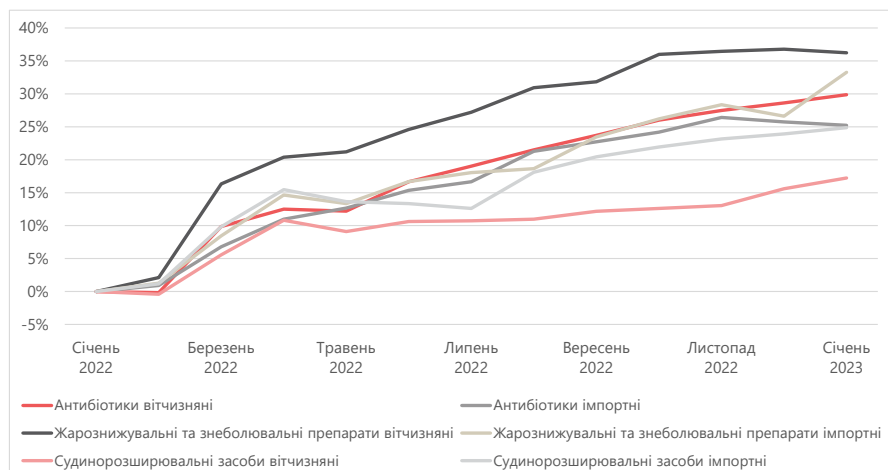
Джерело: Держстат

ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ

У січні 2023 року найбільше зросли в ціні (на 5%) імпортні жарознижуючі та знеболюючі препарати.

Порівняно із січнем 2022 року жарознижуючі та знеболюючі препарати вітчизняних торгових марок подорожчали на 36%, а імпортних - на 33%. Вітчизняні антибіотики та судинорозширювальні засоби подорожчали на 30% та 17% відповідно, а їхні імпортні аналоги - на 25% (графік 20)³.

Графік 20: Кумулятивне зростання цін на окремі лікарські засоби, у середньому в країні, у %, із січня 2022 року



Джерело: Держстат

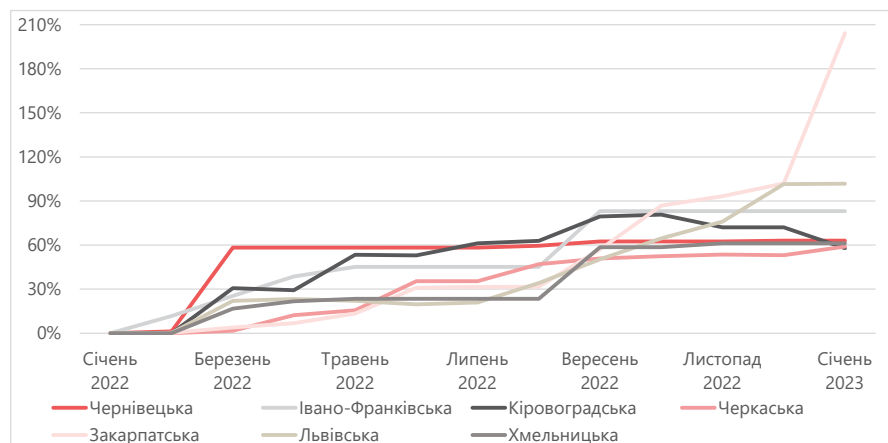
ОРЕНДНА ПЛАТА

У січні 2023 року ціни на оренду однокімнатних квартир в Україні продовжили зростати. Так, середня вартість оренди однокімнатної квартири була на 37% вищою, ніж у січні 2022 року.

Найбільше зростання вартості оренди порівняно із січнем 2022 року зафіксовано в Закарпатській (утричі порівняно з попереднім роком), Львівській (удвічі), Івано-Франківській (на 83%), Чернівецькій (на 63%) та Хмельницькій (на 61%) областях (графік 21).

Найвища середня вартість оренди була зафіксована в Закарпатській області (13123 грн), а найнижча - у Сумській (2687 грн), Запорізькій (2862 грн) та Херсонській (2905 грн) областях³.

Графік 21: Області-лідери за темпами зростання орендної плати за 1-кімнатну квартиру, у %, із січня 2022 року



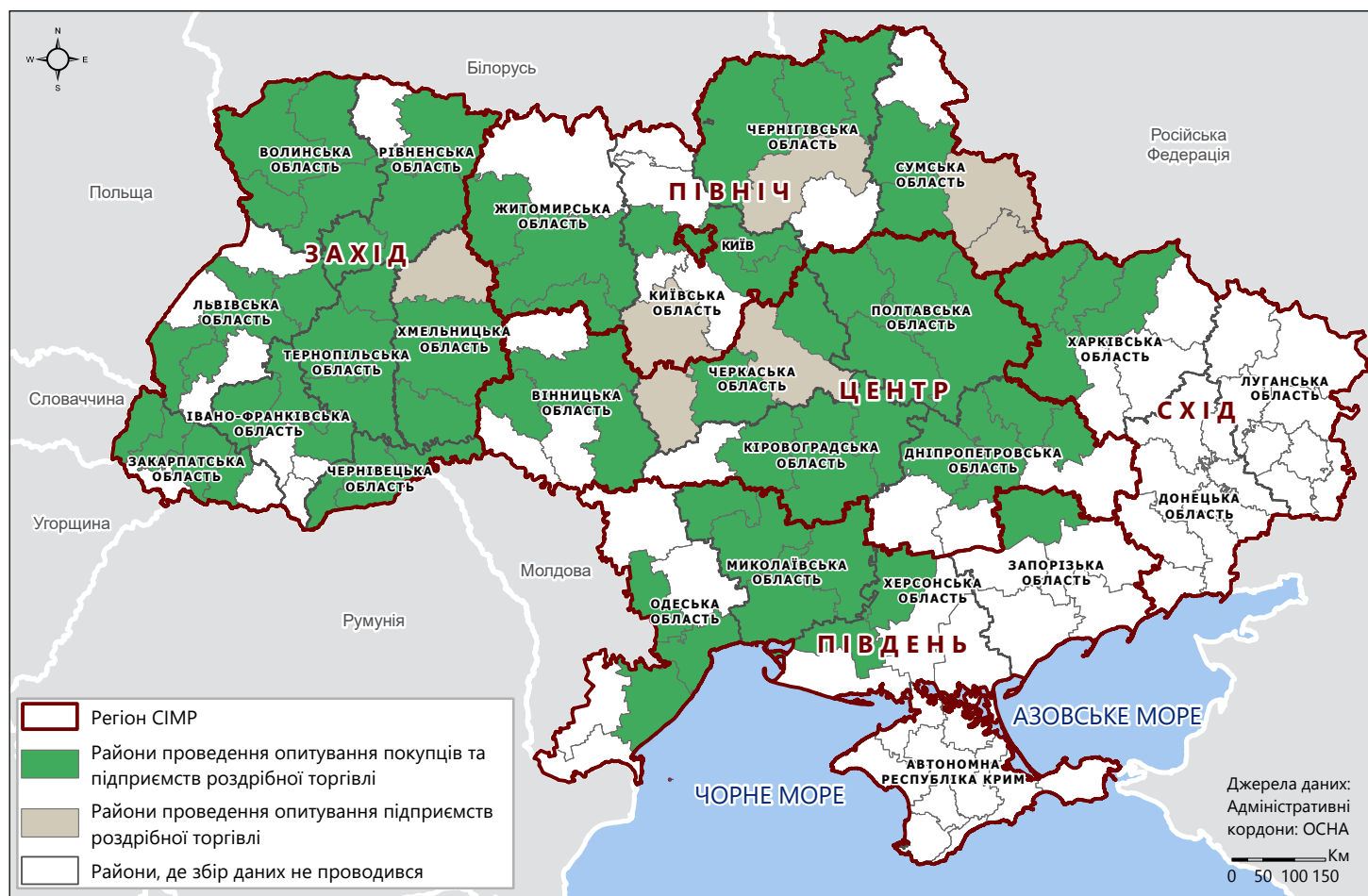
Джерело: Держстат

МЕТОДОЛОГІЯ

Збір даних в рамках СІМР проводиться один раз на місяць по всій території України спільними зусиллями організацій-членів Робочої групи з надання грошової допомоги (РГГД). Методологія збору первинних даних фокусується на кількісних структурованих інтерв'ю з респондентами, відібраними для цієї мети. Використовуються два узгоджені опитувальники, один з яких призначений для підприємств роздрібною торгівлі, які виступають у ролі ключових інформантів (КІ) щодо ситуації у відповідних сегментах ринку, а інший - для покупців у досліджуваних магазинах і на ринках для проведення індивідуальних інтерв'ю. Завдання кожної польової команди - зібрати мінімум 3 ціни на

певний товар у кожній досліджуваній громаді шляхом опитування підприємств роздрібною торгівлі, а також провести щонайменше 5 інтерв'ю з покупцями в кожній досліджуваній громаді. По кожному найменуванню реєструється ціна найдешевшого бренду або сорту, що користується широким попитом. Усі дані збираються польовим персоналом, який володіє загальною методологією та інструментами СІМР. Далі ці дані надходять на загальний сервер KoVo, очищаються та аналізуються фахівцями REACH. У рамках СІМР також передбачене інтегрування вторинних даних шляхом віддаленого моніторингу цін. Крім того, вторинні дані з інших джерел, зокрема Державної служби статистики України, також інтегровані в СІМР та використовуються для триангуляції, де це можливо.

ГЕОГРАФІЧНЕ ОХОПЛЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ



ТРУДНОЩІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Оскільки CIMP спирається на методологію цільової вибірки, результати слід розглядати як орієнтовні, а не репрезентативні. Окрім того, результати дослідження відображають лише ситуацію на ринку на момент збору даних.

У методології CIMP для кожного товару реєструється ціна найдешевшого наявного бренду або сорту, який користуються широким попитом. Оскільки в різних регіонах той чи інший бренд може бути відсутнім, порівняння цін між регіонами іноді базується на товарах із дещо відмінними характеристиками.

У деяких випадках проведення мінімальної кількості інтерв'ю з підприємствами роздрібною торгівлі

або споживачами, передбачене методологією CIMP, є неможливим. Тому з метою відтворення відсутніх цін та розрахунку вартості кошика CIMP може застосовуватись розрахункова ціна, яка базується на медіані відповідного району чи області. Методологія віддаленого/ дистанційного моніторингу CIMP дозволяє отримати достовірні дані про ціни та доступність товарів і послуг. Однак, вона не передбачає збору додаткових даних про функціональність ринку. Оскільки методика віддаленого/ дистанційного моніторингу залежить від онлайн послуг, які надає мережа супермаркетів АТБ, отримання даних можливе лише в тих районах, де АТБ продовжує надавати ці послуги. До цих районів зазвичай не входять непідконтрольні Уряду України території або території, охоплені активними бойовими діями.

КІНЦЕВІ ВИНОСКИ

¹ "Макроекономічний та монетарний огляд, січень 2023 року", 5 січня 2023 року, доступно за [посиланням](#)

² Державна служба статистики України "Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2023 році", 13 лютого 2023 року, доступно за [посиланням](#)

³ Державна служба статистики України "Середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні у 2023 році", 13 лютого 2023 року, доступно за [посиланням](#)

ДОНОРИ



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

UHF Ukraine Humanitarian Fund

ПАРТНЕРИ



ПРО ІНІЦІАТИВУ REACH

Метою Ініціативи REACH є допомога у розробці інформаційних інструментів та продуктів, які покращують здатність гуманітарних організацій приймати рішення на основі фактичних даних в контексті надзвичайних ситуацій, відновлення та розвитку. Методології, які використовує REACH, передбачають збір первинних даних та поглиблений аналіз. Діяльність REACH відбувається в рамках механізмів міжвідомчої координації надання гуманітарної допомоги. REACH – це спільна ініціатива організацій Ініціативи IMPACT, ACTED та Програми оперативного застосування супутникової інформації Навчального і науково-дослідного інституту ООН (UNITAR-UNOSAT).